



# Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Erscheint wöchentlich - Basel, den 4. März 1950 - 50. Jahrgang - Nr. 9

## Weiterer Aufschwung der Patenschaft Co-op im Jahre 1949

Samstag, den 25. Februar, fanden sich im Restaurant Post in Basel ungefähr 80 Mitglieder und Gönner der Patenschaft Co-op zur ordentlichen Generalversammlung ein. Vor allem die genossenschaftlichen Frauenvereine, die je und je zu den entschiedensten Förderern des Werkes genossenschaftlicher Berghilfe gehörten, waren erfreulich zahlreich vertreten.

Dr. H. Faucherre, Präsident des Verwaltungsrates der Patenschaft Co-op, eröffnete die Sitzung mit dem Dank an alle Erschienenen und widmete dem gegen Ende des vergangenen Jahres verstorbenen Maurice Maire Worte des Gedenkens, die vor allem darauf hinwiesen, dass der verstorbene frühere Präsident der Direktion des V. S. K. zu den Mitinitianten der Patenschaft Co-op gehört und im Jahre 1942 den Vorsitz an der Gründungsversammlung geführt hatte.

Uebergehend zu *Jahresbericht* und *Jahresrechnung* wies der Vorsitzende darauf hin, dass das Jahr 1949 im

Zeichen eines weitem wesentlichen Aufschwungs der Patenschaft Co-op stand. Die Zahl der Einzelmitglieder überschritt zum ersten Mal 1000 und erreichte 1100. Kollektivmitglieder besitzt die Patenschaft Co-op 253 und in der Reihen der Gönner stehen 45 Vereinigungen und Genossenschaften. Das Anteilscheinkapital erreichte den Betrag von Fr. 29 410.—, an Beiträgen und Spenden sind im abgelaufenen Jahre Fr. 23 827.— eingegangen. Wiederum ist der V. S. K. in verdankenswerter Weise für alle Verwaltungskosten aufgekommen, so dass

**sämtliche Mitgliederbeiträge der Aufbauarbeit  
zugewendet werden konnten.**

Diese Beiträge sind vor allem verwendet worden für Güterzusammenlegungen, für die Erstellung von Alpthütten und Beregnungsanlagen, für die Gründung von Viehzuchtgenossenschaften, für Lehrbeiträge, Kurse und

**Samstag, 4. März**

**Lebensmittelsammlung zugunsten des Kinderdorfes Pestalozzi in Trogen**





die Bezahlung einer Gemeindeschwester sowie nicht zuletzt auch für den wichtigsten Zweig unserer Arbeit, die

#### Heimarbeit.

Unser Umsatz an Produkten der Heimarbeit erreichte über Fr. 100 000.—, Fr. 22 000.— entfielen auf Löhne.

Auf diesem Gebiet ist im übrigen immer wieder — wie das besonders auch aus dem Jahresbericht hervorgeht — mit Schwierigkeiten zu rechnen, indem es der Bergbevölkerung sehr oft an der wünschenswerten Tradition gebricht, sie zuerst zu Sorgfalt und Qualität angeleitet werden muss. Erfreulicherweise konnten auch auf diesem Gebiet Fortschritte erzielt werden.

Die Verkaufsaktionen, die für kunstgewerbliche Artikel und Spielwaren in Frage kommen, hatten einen erfreulichen Erfolg zu verzeichnen, und auch hier waren es die genossenschaftlichen Frauenvereine, die sich entschieden einsetzten. «Es wurden für rund Fr. 28 000.— Gegenstände verkauft — ein Betrag, der in reichem Masse unsern Freunden in den Bergen zugutekam.»

Abschliessend spricht der Vorsitzende dem Geschäftsleiter Max Prüsse und Fräulein Schnurrenberger sowie dem gesamten Verwaltungsrat und allen übrigen Helfern seinen besten Dank für die grosse Arbeit aus, die von allen im Interesse der Patenschaft geleistet worden ist.

Beim Traktandum Wahlen hielt sich die Versammlung nicht lange auf, indem keine Demissionen vorlagen. Verwaltungsrat und Kontrollstelle wurden in ihrer bisherigen Zusammensetzung einstimmig wiedergewählt.

Von seiten der Mitglieder liegen einige Anträge vor. So einer, den Namen in «Co-op Bergbauernhilfe» abzuändern. Ferner regt Major Tanner an, die Patenschaft Co-op solle sich in vermehrtem Masse der Unterstützung der «Höhenwege» — des eigentlichen Lebenswerkes Major Tanners — zuwenden. Beide Anträge werden abgelehnt, weil eine Umbenennung im gegenwärtigen Augenblick nicht tunlich wäre und ein weitergehender Einsatz für die Höhenwege zu weit vom eigentlichen Geschäftskreis der Patenschaft Co-op hinwegführen müsste.

Hingegen wird auf Antrag Stingelin beschlossen, eine neue Mitgliederkategorie zu schaffen, indem gegen einen Beitrag von Fr. 50.— die Mitgliedschaft auf Lebenszeit erworben werden kann. Im übrigen entschied sich die Versammlung dafür, die bisherigen Beiträge beizubehalten.

Im Mittelpunkt der Generalversammlung stand das Referat von Dr. E. Laur, dem Leiter des schweizerischen Heimatwerks:

#### «Wie kann die wirtschaftliche Existenz unserer Bergbauern verbessert werden!»

Der Referent verstand es, in einer überaus lebendigen Art vor allem auch von den Schwierigkeiten des Werks zu sprechen, das er mit vieler Mühe und grossen Opfern entwickelt hat. Er wies in mitreissenden Worten auf die Bedeutung des Heimatwerks hin und stellte fest, dass schon lange enge Zusammenarbeit und freundschaftliche Bande die Patenschaft Co-op und das Heimatwerk verbinden.

Das schweizerische Heimatwerk ist im Jahre 1930 gegründet worden. Die Notwendigkeit ergab sich aus der Tatsache einer stets zunehmenden Abwanderung aus den

Bergen. Auf seine Fahne hat es vor allem zwei Forderungen geschrieben:

1. der Bergbauernbevölkerung während des Winters *Nebenverdienst* zu verschaffen;
2. die Bergbauernbevölkerung zu reicherer *Selbstversorgung* anzuregen.

Früher noch wurde der Lebensbedarf des Bergbauern zu rund 60 % vom Hofe selbst erzeugt. Hanf und Flachs spielten damals im Hause des Bergbauern noch eine grosse Rolle. Dann kam die Geldwirtschaft, die vor dem Bergbauerndorf nicht Halt machte. Solange die Preise gut waren, konnte der Bergbauer seine Bedürfnisse im Laden eindecken. Sanken die Produktpreise, so musste er auf Kredit kaufen und dazu stets das qualitativ Billigste und Schlechteste kaufen.

So wurde der Bauernverband vom Bund angefragt, ob er bereit wäre, Massnahmen gegen die Not in den Bergen vorzubereiten und durchzuführen. Man ging von den ähnlich gelagerten Verhältnissen Skandinaviens aus. Dort griff man zurück auf das alte bäuerliche Handwerk und beschritt damit gleichzeitig den Weg bäuerlicher Kulturerhaltung. So wurde die *Handweberei* wieder belebt. In der Schweiz ging man ähnliche Wege und begann schliesslich auch damit, in Zürich eine *Verkaufsorganisation* aufzubauen. Oberstes Ziel war es dabei, nur gute Waren zu vermitteln.

Bevor hier aber mit Erfolg gearbeitet werden konnte, war eine gewaltige

#### Erziehungsaufgabe

zu lösen. Es wurde eine Webschule für Frauen ins Leben gerufen. Hier wurde ein Kader von Webleiterinnen ausgebildet, die in die Berge gingen und dort Webgruppen bildeten. So werden heute zum Beispiel von der Hausweberei in Saanen Restenteppiche hergestellt und der Umsatz allein dieses Unternehmens erreicht heute Fr. 300 000.—.

Ferner wurden Kurse für die *Selbstversorgung* eingerichtet. Es wurden Handwebmuster gemacht, die der Bergbevölkerung zur Verfügung stehen. Nur dort aber — das zeigte sich sehr bald und deutlich — konnte Positives erreicht werden, wo die Bergbevölkerung *dauernd* angeleitet werden konnte. Die Webleiterinnen mussten sich in den Siedelungen der Bergbauern niederlassen und damit auf manches verzichten, was ihnen die Stadt bis dahin geboten hatte. Gerade diese Tatsache bot grosse Schwierigkeiten, indem es für diese Leute nicht so einfach war, sich in den Bergen sozusagen zu «vergraben».

Das Heimatwerk ist föderativ aufgebaut. Fast in allen grösseren Orten der Schweiz gibt es Heimatwerke. Bekannt ist zum Beispiel auch das Heimethus in Chur, das zu einem eigentlichen bündnerischen Kulturzentrum wurde.

Im gesamten hat der Umsatz heute rund drei Millionen Franken erreicht, wovon die Hälfte allein auf Zürich entfällt. Die Produktion könnte noch wesentlich gesteigert werden, aber es ist nicht so einfach, die notwendigen Absatzmöglichkeiten zu finden.

Leider müssen wir sagen, dass der Krieg für das Heimatwerk eine gute Zeit war. Der Preis spielte damals kaum mehr eine Rolle. Die Leute drängten sich zum Beispiel um Bergwolle.



Die Patenschaft Co-op ging anfänglich ganz andere Wege als das Heimatwerk. Sie wendete sich der Produktion von Massenartikeln des täglichen Gebrauchs zu, wobei die notwendigen technischen Kenntnisse den Bergbauernfamilien verhältnismässig leicht beigebracht werden konnten. Der Nachteil aber bleibt der, dass die Konkurrenz auf solchen Artikeln ausserordentlich gross ist. Das führt zu einem schier unlösbaren Problem, indem die ungünstige Lage zu Frachtverteuerungen führt. Diesen Schwierigkeiten konnte die Patenschaft Co-op dadurch begegnen, dass der V. S. K. die Verwaltungskosten ganz übernahm, womit die Aufgabe für die Patenschaft einfacher wurde.

Es scheint mir, dass die Patenschaft Co-op in Zukunft ebenfalls danach streben müssen, anstelle von Massenartikeln wertvollere Produkte herstellen zu lassen. Sie hat damit schon begonnen. Die Schwierigkeiten sind aber die gleichen, wie wir ihnen seinerzeit begegneten. Es müssen Leute gefunden werden, die in der Lage sind, die Bergbevölkerung dauernd zu schulen. Und da möchte ich mir nun gestatten, Ihnen einen Vorschlag zu machen:

Hunderttausende von Frauen kaufen in den Genossenschaften ein. Jede Hausfrau aber trägt eine Schürze. Wenn es gelingen würde, jedes zehnte Mitglied zu veranlassen, eine handgewobene Schürze zu tragen, dann wäre damit ein weites Absatzgebiet für eine derartige Arbeit gefunden.

Daneben könnten auch Tischtücher, Handwäsche usw. produziert werden. Das ist für die Patenschaft Co-op deshalb nicht so schwierig, weil eine grosse Absatzorganisation, der V. S. K., ihr beisteht. Wir sind auch bereit, der Patenschaft unsere Webschule zur Verfügung zu stellen. Das Heimatwerk ist ja nicht ein Krämerladen, der einen möglichst grossen Umsatz will und der deshalb eine Konkurrenz fürchten würde. Im Gegenteil, wir wollen, wie auch Sie, allein nur das: dem Bergbauern dienen und ihm helfen.

Etwas anderes möchte ich hier auch noch anregen: die *Möbel-Genossenschaft* steht dem V. S. K. sehr nahe. Ich habe früher in deren Verwaltungsrat mitgearbeitet. Ursprünglich beabsichtigte die Möbel-Genossenschaft, das handwerkliche Möbel zu fördern. Hier schiene mir eine Zusammenarbeit mit den Bergbauern möglich. Im Heimatwerk lassen wir Möbel machen und haben dafür einen recht guten Absatz.

Was nun die

#### Selbstversorgung

betrifft, so stellen wir die Webschule auch in den Dienst dieser Aufgabe. In vielen hundert Bergbauernhäusern dreht sich heute das Spinnrädchen wieder. Die Wolle wird selber verarbeitet, statt dass sie verkauft wird. Aber es ist auch hier nötig, die Leute zu erziehen und sie anzuleiten. Es war früher nichts Ungewohntes, im Bergbauerndorf Dutzendartikel aus Warenhäusern zu finden. Die Fremden haben hier sehr oft ein schlechtes Vorbild gegeben. Langsam wird die Handarbeit wieder zu einem Bestandteil der häuslichen Selbstversorgung. Und daneben gibt es ja auch für die Männer ausserordentlich viele Möglichkeiten, zu arbeiten. Die Häuser und Geräte des Bergbauern sind sehr oft in einem schlechten Zustand. Vielfach fehlen Kinderbetten. Auch hier sind wir dazu übergegangen, den Leuten zu zeigen, wie sie selber Reparaturen machen können und haben ihnen in Kursen für *Holzbearbeitung* gezeigt, wie sie Gebrauchs-

gegenstände selbst verfertigen können. Etwa 1000 Bur-schen wurden bereits in solchen Kursen ausgebildet, wobei sich teilweise grosse Begabungen gezeigt haben.

Vor einem Jahr haben wir eine *eigene Schule* gegründet. Wir haben die Richterswiler Mühlen gekauft und versuchen nun, die notwendigen Mittel durch eine *Jubiläumsspende* zusammenzubringen. Ich darf Ihnen verraten, dass im Patronatskomitee für die Spende auch der Präsident der Direktion des V. S. K., Professor Weher, mitwirkt.

Wir müssen soweit kommen, dass der Bergbauer und die Bergbäuerin soviel als möglich sich Möbel und Wäsche wieder selbst zu verfertigen beginnen. Damit weichen sie der *Verschuldung* und der Gefahr, billige Massenware kaufen zu müssen, aus.

Das Heimatwerk steht vor grossen Aufgaben. Es wird mit aller Kraft und Initiative diese zu lösen trachten und hofft, dass weite Kreise es dabei unterstützen. Die Patenschaft Co-op geht ähnliche Wege und beide werden wo immer möglich zusammenarbeiten.

Nach diesem ausgezeichneten Vortrag, der in einem Abriss auf die wichtigsten Aufgaben des Heimatwerks, die sich in mancher Beziehung mit denen der Patenschaft Co-op decken, konnte der Präsident des Verwaltungsrates, Dr. H. Faucherre, Dr. Laur nicht nur für seine ausgezeichneten Ausführungen, sondern ebenso sehr für seine wertvollen Anregungen, die selbstverständlich gründlich geprüft werden sollen, bestens danken.

Zum Abschluss der Generalversammlung teilte der Präsident noch mit, dass in der der Generalversammlung vorangegangenen Verwaltungsratssitzung beschlossen worden war, mit zwei entlegenen Bündnergemeinden in Verbindung zu treten, nachdem die andern beiden Gemeinden (Ausser- und Innerferrera) aus der Patenschaft entlassen werden konnten. Bereits sind für die kommenden Jahre Fr. 60 000.— an Beiträgen beschlossen worden. Wenn wir diese neuen Aufgaben erfolgreich durchführen wollen, so ist es notwendig, dass wir neue Mitarbeiter erhalten, dass uns

#### von neuen Mitgliedern zusätzliche Mittel

zur Verfügung gestellt werden. So rief Dr. Faucherre, bevor er die Versammlung schloss, noch einmal zu reger Mitarbeit für die hohen Ziele auf, die sich die Patenschaft Co-op gestellt hat.

Die Generalversammlung, die so ausserordentlich erfreulich verlaufen ist, zeugt erneut von den grossen Anstrengungen der Patenschaft Co-op, und wir möchten unsererseits nicht versäumen, alle die, die diesem wirklich genossenschaftlichen Werk der *Hilfe zur Selbsthilfe* noch fernstehen, eindringlich zu ermuntern, mitzuarbeiten für die Verbesserung der Verhältnisse in den Berg- gegenden — in den Reihen der Patenschaft Co-op, die neuer Mitarbeiter und Mitträger so dringend bedarf! M.

---

*Wenn ein alter Spruchdichter sagt, «es gebe nichts Besseres auf Erden, als fröhlich zu sein in Arbeit, denn das sei des Menschen Los»: so ist das heute noch ganz so wahr wie damals.*

Carl Hilty



## 50 Jahre ACV-Schlächterei

Die Eigenproduktion, die mit weit grösseren Risiken zu rechnen hat als die Vermittlung von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen, hat innerhalb der schweizerischen Konsumgenossenschaftsbewegung in den letzten Jahrzehnten — ganz allgemein gesehen einen Aufstieg zu verzeichnen. Nicht nur die Eigenmarke Co-op wurde geschaffen und ausgebaut, viele Vereine haben sich auch die Herstellung von Brot und Backwaren zur Aufgabe gemacht.

Auf dem Gebiete der *Fleischversorgung* indessen haben auch heute noch nur wenige Vereine die Initiative ergriffen, trotzdem das Fleisch ein ebenso notwendiges Nahrungsmittel ist wie das Brot.

Der ACV hat schon im Jahre 1871 — zu Beginn allerdings ohne Erfolg — die genossenschaftliche Fleischvermittlung an die Hand genommen. Es fehlte damals an der richtigen Leitung und Organisation. Die Schlachtungen wurden auf Grossvieh beschränkt, für die Belieferung der Mitglieder mit Fleischprodukten wurden mit einigen Privatmetzgern Lieferungsverträge abgeschlossen. Der Umsatz betrug im ersten Jahre Fr. 70 156.—, stieg dann 1872 auf Fr. 262 347.—, um in den nächsten Jahren wieder zurückzugehen. Im Jahre 1882 erreichte er Fr. 148 909.—.

Mit diesem Verkauf an die Mitglieder, der nur indirekt durch Abgabe von Marken an die Vertragsmetzger erfolgte, wurden indessen schlechte Erfahrungen gemacht. Die Privatmetzger hielten sich nicht an die Versprechungen bezüglich Qualität und Gewicht des Fleisches. Die Mitglieder hatten sich ständig darüber zu beklagen. Ein steter Wechsel der Lieferanten war die Folge dieses Zustandes.

Diese Fleisch- und Wurstwarenvermittlung war aber auch ein reines Verlustgeschäft, zahlten doch die Privatmetzger dem ACV auf den ausgewechselten Markenbetrag nur 6 % zurück, während die Genossenschaft auf Fleisch und Fleischprodukte eine Rückvergütung von 7 bis 10 % ausrichtete.

Alle Bemühungen, die Schlächterei zu einem rentablen Betrieb zu gestalten, blieben erfolglos. So beschloss der Verwaltungsrat am 22. November 1882, die Schlächterei nach elfjährigem Bestehen zu liquidieren, das heisst aufzuheben. Die Generalversammlung bestätigte diesen Beschluss. Während vielen Jahren gab es keine ACV-Schlächterei mehr, obwohl die Mitglieder von Zeit zu Zeit die Wiedereröffnung der genossenschaftlichen Fleischerei forderten.

Am 25. April 1891 beantragte E. Bienz in der Generalversammlung, die Angelegenheit von neuem in Beratung zu ziehen. Der Verwaltungsrat zögerte aber noch. Es folgten neue Anträge in den Generalversammlungen von 1894 und 1895. Endlich im Jahre 1897 wurde eine Kommission bestellt, die den Auftrag hatte, die Frage der Einführung des Schlächtereibetriebes eingehend zu prüfen und einer definitiven Lösung entgegenzuführen.

In der Generalversammlung vom April 1898 wurde dann ein Kaufvertrag für 2600 Quadratmeter Land an der Mülhauserstrasse zum Preise von Fr. 100 000.— genehmigt und in der Folge ein Kredit von Fr. 300 000.— zur Erstellung einer Grossschlächterei bewilligt. Am 21. März 1900 konnten die Geschäfts- und Betriebsräume

ihrem Bestimmungszweck übergeben werden, und am 22. März fuhren die ersten Fuhrwerke aus und versorgten zunächst vier und am Jahresende bereits 18 in den verschiedensten Stadtteilen gelegene Schlächtereiläden.

Der Betrieb, nun in richtigen Händen, entwickelte sich gut. Wohl ergab das Geschäftsjahr 1900 bei einem Umsatz von Fr. 1 714 549.— noch ein Defizit von Fr. 20 766.— = 1,2 %, aber schon die Rechnung 1901 wies einen Umsatz von Fr. 2 151 996.— und einen Ueberschuss von 0,14 % aus, und im Jahre 1909 betrug der Umsatz Fr. 5 487 885.— bei einem Ueberschuss von 5,69 %.

Der Personalbestand stieg in den ersten zehn Jahren von 98 auf 208 Personen. Im Jahre 1909 besass der ACV schon 25 Schlächtereiverkaufslokale.

Der Betrieb florierte in erfreulicher Weise und erreichte im Jahre 1913 seinen Höhepunkt. Dann brach der erste Weltkrieg aus, der eine starke Verminderung des Fleischkonsums mit sich brachte. Auch war dem genossenschaftlichen Schlächtereigeschäft in der Firma Bell AG. ein grosser Konkurrent entstanden.

Die Konsumvereinschlächterei war jedoch dieser Konkurrenz in jeder Beziehung gewachsen. Nach wie vor bezog zirka die Hälfte der Basler Bevölkerung Fleisch und Fleischwaren im ACV. Später kam die Allianz V. S. K./Bell zustande. Bei dieser «Bell-Allianz» handelte es sich um einen Versuch, eine grosskapitalistische Gesellschaft in den Besitz der organisierten Konsumenten überzuführen. Es gab und gibt heute noch Verteidiger und Gegner dieser Transaktion. Man glaubte damals im V. S. K., dass der Weg zum endgültigen Aufgehen der Bell-Gesellschaft in der Konsumentenorganisation im Sinne Collins offen stehe. Ein Abkommen mit der Bell AG. kam aber nicht zustande. Aber weder Krieg noch Nachkriegszeiten, noch Konkurrenz konnten die Entwicklung der ACV-Schlächterei hemmen. Im Jahre 1913 betrug der wertmässige Umsatz Fr. 7 248 876.—, um dann im Jahre 1920 auf Fr. 11 242 028.— zu steigen und im Jahre 1938 noch Fr. 8 211 914.— zu betragen. Zum Umsatz des Jahres 1920 ist zu sagen, dass auch damals, wie ja auch nach dem zweiten Weltkrieg, alle Preise, vor allem die Fleischpreise, enorm in die Höhe kletterten. So kostete das Kilo Ochsenfleisch Fr. 4.80, das Kilo Schweinefleisch Fr. 6.—, gegenüber Fr. 1.90 und Fr. 2.40 im Jahre 1913.

Es ist eine alte Wahrheit, dass jedes Ansteigen der Teuerung eine Verminderung des Verbrauchs mit sich bringt. Die Schlächterei des ACV entwickelte sich stetig aufwärts. Ihre Fleischvermittlung und ihre Fleischproduktion an Wurstwaren und Fleischkonserven könnte von der grossen Mitgliedschaft nicht mehr vermisst werden. Heute werden in 49 modern eingerichteten Schlächtereiläden die Qualitätswaren — die Eigenprodukte tragen alle das Label-Zeichen — den Mitgliedern angeboten. Der Totalumsatz beläuft sich im Jahre 1949 auf Fr. 18 257 129.—. Beschäftigt werden zu vorbildlichen Arbeitsbedingungen 319 Personen.

Die nun 50 Jahre alten Betriebsgebäude an der Mülhauserstrasse sind seit langem zu klein und zu eng geworden. Man befasste sich schon vor zehn Jahren mit der Erstellung einer modernen Grossschlächterei. Der zweite



Weltkrieg mit der Fleischrationierung, der Kontingentierung des Baumaterials usw., verhinderte vorläufig die Ausführung eines grosszügigen Neubauprojektes. Jetzt aber ist der Zeitpunkt gekommen, wo ein Neubau zur Notwendigkeit geworden ist. Dieser wird den Betrieb noch leistungsfähiger machen. Auch in der zweiten Jahrhunderthälfte ihres Bestehens wird die *ACV-Schlächterei*

sich ganz in den Dienst der Konsumenten stellen. Sie wird den Grundsätzen wie sie schon vor 85 Jahren bei der Gründung des ACV massgebend waren weiterhin treu bleiben. Sie wird durch ihre Fleischvermittlung und mit ihren Eigenprodukten, mit ihren guten Qualitäten zu möglichst niedrigen Preisen, den Mitgliedern dienen. Ihnen und der gesamten Konsumentenschaft zum Wohle.  
ko.

## Aus der Praxis eines Lebensmittelchemikers

Wenn ein Lebensmittelchemiker von seiner mit reichen Erfahrungen gespickten Praxis spricht, dann kommt so viel Interessantes, so viel Ungeahntes ans Tageslicht, dass die Hörer aus dem Staunen kaum mehr herauskommen. Nicht nur für Verkäuferinnen der Lebensmittelbranche sind solche Ausführungen interessant und zugleich instruktiv, sondern auch für die Hausfrauen, die ja täglich mit Lebensmitteln zu tun haben. Der Vortrag, den Herr Dr. H. Staub neulich mit Lichtbildern vor dem Verkaufspersonal des Konsumvereins Winterthur gehalten hat, verdient es deshalb, auch einem weiteren Kreise weitergegeben zu werden.

Weil es eine

### Lebensmittelkontrolle

gibt, so musste in der Folge auch der Lebensmittelchemiker «erfunden» werden. Alles, was dem menschlichen Organismus zugeführt wird, was man sich an die Lippen streicht, was man raucht usw., ebenso alle Apparate, mit denen Lebensmittel gekocht werden oder in denen man solche aufbewahrt, unterstehen der Kontrolle. Sie erstreckt sich bis zum Datumstempel auf der Backpulvertüte.

Alles das geschieht zum Schutze des Konsumenten und um ihn zu bewahren vor Täuschungen und Betrug. Da der Konsument meistens ein Laie ist, will man ihn auch vor Uebervorteilungen schützen. Zugleich ist das auch ein Schutz für den realen Produzenten vor dem unreellen, der nur verdienen will, ohne Rücksicht darauf, ob der Konsument an seinem Produkt zugrunde gehen könnte. Die Lebensmittelkontrolle ist nicht eine Errungenschaft der Neuzeit, denn es konnte bereits aus dem Jahre 2001 v. Chr. eine Nachricht ermittelt werden, die eine gewisse Kontrolle schon für diese Zeit vermuten lässt. Obwohl früher die Lebensweise und die Ernährung selbst einfacher waren und die Auswahl bedeutend kleiner als heute — ebenso die Ansprüche —, so stiegen diese schon im Römischen Kaiserreich und bestätigten uns eine sehr hohe Lebensmitteltechnik jener Zeit. Entwickelt hat sie sich zwar vorwiegend im Laufe des letzten Jahrhunderts.

Neue und früher unbekannte Lebens- und Genussmittel wurden aus fernen Landen eingeführt, wie Kartoffeln, Kaffee, Tabak. Dies und die Umschichtung der Bevölkerung durch die zunehmende Industrialisierung rief nach einer besseren und ausgedehnteren Kontrolle. Vieles konnte nicht mehr selbst produziert werden und die Verkaufsstellen vermehrten sich. Mit dieser Entwicklung zeigte sich aber auch der menschliche Egoismus; das Streben, gute Geschäfte zu machen, war sehr oft alleiniger Beweggrund. Solche Skrupellosigkeit führte zu Gesundheitsschädigungen, die noch gefördert wurden durch die Anhäufung der Menschen.

Im Jahre 1866 stellte der Kanton Zürich von sich aus ein Lebensmittelgesetz auf, in welchem genau umschrieben wurde, welche Aufgaben die kantonalen Kontrollorgane und die der Gemeinden zu erfüllen hatten bei der Herstellung und beim Vertrieb von Lebensmitteln. Die andern Kantone folgten mit eigenen Verordnungen und die Kontrolle wurde je nach der Grösse oder Straffheit der Gesetze und der ausführenden Organe durchgeführt. Im Jahre 1897 folgte die Wahl des ersten Zürcher Kantonschemikers. Nachdem erst im Jahre 1911 die nötige Uebergangsfrist abgelaufen war, konnte das vorgängig im Prinzip ermöglichte *eidgenössische Lebensmittelgesetz* in Kraft treten und sich dann auch auswirken.

### Was geht alles in der Lebensmittelkontrolle vor sich?

Eine der wichtigsten Aufgaben ist es, wenigstens den grössten Gefährdungen zu begegnen. Wenn man weiss, dass in der Schweiz jährlich für über eine Milliarde Franken Lebensmittel konsumiert werden, so ist auch die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kontrolle offenkundig. Obwohl sich beispielsweise im Kanton Zürich heute 25 Personen hauptamtlich mit der Kontrolle beschäftigen, erfolgt die Aufgabenerfüllung trotzdem nur stichprobenweise und kann auch kaum intensiver erfolgen.

Was wird kontrolliert und wie geht man vor?

### Milch

In Ermangelung von genügend Muttermilch muss vor allem die zusätzliche Milch für die Säuglingsernährung einwandfrei und bakterienfrei sein. Der Säugling braucht mehr Kohlehydrate und mehr Zucker. Die Milchkontrolle ist eine der wichtigsten und wird beständig durchgeführt, weil sozusagen jeder Mensch Milch trinkt. Proben werden von jedem Milch abliefernden Bauern erhoben und untersucht. Im Laboratorium tritt einmal die Milchwaage in Funktion; die Feststellung des Fettgehaltes erfolgt mit Fettmessapparaten. Der Mensch stirbt natürlich nicht, wenn Wasser in der Milch ist, würde allerdings — extrem gesprochen — mit der Zeit wegen Ausfall genügender Nährstoffe dahinsiebeln. Sodann ist er finanziell benachteiligt, denn Wasser kostet nichts.

Pasteurisieren nennt man die Abtötung der Bakterien durch Erhitzung. Die Bakterien gefährden uns schon beim Trinken roher Milch, die unter Umständen solche enthält. Denn wir wissen, dass noch ein grosser Teil unseres Viehbestandes tuberkulös ist; auch der Melker kann tuberkulös sein. Eine andere Gefahr bei der Milch ist der Bang, der dem Milchtrinker unliebsam zusetzen kann. Gefeit gegen weitere Ansteckungen ist die Vorzugsmilch. Beim Pasteurisieren der Milch ist peinlichste Sauberkeit des Personals nötig.



## Eier

Trotz ihrer Schale sind Eier ausserordentlich empfindlich gegen Infektionen. Die Eischale ist nicht dicht genug, um nicht äusserliche Einflüsse eindringen zu lassen. So müssen denn auch in einem Kühlhaus, wo sie gelagert werden, einwandfreie Bedingungen herrschen. Schon gegenseitige Ansteckung von Ei zu Ei ist möglich. Es muss eine beständige relative Feuchtigkeit von 85% aufrechterhalten werden, was eine dauernde Kontrolle verlangt. Steigt diese Feuchtigkeit, so fangen die Eier an sich zu beschlagen (Belag). Eier sind auch sehr anfällig gegen Geruch.

## Fett

Dies ist ein ausserordentlich interessanter Behandlungsstoff für die Verkäuferin und es gebührt ihm deshalb besondere Aufmerksamkeit, weil Fett sich rasch verändern kann. Es wird ungeniessbar, wenn es talgig und ranzig wird. Fett soll vor Luft und vor Feuchtigkeit geschützt werden, weil sich an ihm sonst Pilze ansammeln können. Fett hat auch noch die Eigenschaft, allerlei Gerüche aufzunehmen. Vorsicht also bei der Lagerung. — Durch hydraulisches Pressen erreicht man, dass Fett neutral und klar wird, und man kann je nach dem Grad weiches oder härteres Fett erzielen. Die chemische Analyse ist kolossal schwierig wegen der Zusammensetzung der natürlichen Bestandteile, die auch durch chemische Beimischung in ihm vorhanden sein können. Diese synthetischen Fette sind ziemlich harmlos. Fett liefert uns am meisten Wärmeeinheiten.

## Mehl

Alle Mehle, die Stärke enthalten, bestehen aus mikroskopisch kleinen Stärkemehlkörnchen. Unter dem Mikroskop kann man verfälschtes Weizenmehl gut von unverfälschtem unterscheiden, denn durch Jodzusatz wird die vorhandene Stärke sofort blau. Der Kornkäfer ist es, der dem Mais gerne zusetzt. Es wird dann «lebendig». Gewisse Temperaturbedingungen fördern den Kornkäfer. Die Verwendung von DDT zur Verhütung der Verseuchung eines Kornlagers darf nur unter Kontrolle geschehen. Auch hier amtet also die Lebensmittelaufsicht.

## Fleisch

Aus Rinderfinnen entstehen Bandwürmer. Von solchen Finnen im Fleisch, wenn es nicht ganz gut durchgekocht wird, droht also dem Menschen Gefahr. Solches Fleisch wird heute von der Fleischschau allerdings praktisch ausgeschieden, so dass die Gefahr stark eingedämmt werden konnte. Bandwürmer können sich aber auch durch den Genuss von Gemüse bilden. Beim Genuss von rauhem Bärenfleisch, bei unkontrolliertem Dach- und Fuchsfleisch können sich Trichinen entwickeln, die im menschlichen Organismus weiterwandern.

## Die Konservierung

Eine bombierte Konservenbüchse ist immer verdächtig, weil in ihr der Tod lauern kann. Saure Bohnen enthalten eine Bakterienart, die Toxin bildet, was für uns äusserst gefährlich ist. Langes Kochen kann diese Gefahr bannen, aber nicht ganz sicher. Jede Verkäuferin hat die Verantwortung, solche Büchsen auszuschneiden. Eingemachte Bohnen sind immer zu kochen und nicht

als Salat zu geniessen. Prinzipiell gilt das auch für Fleischkonserven. Es können aber auch gewisse Säurekonserven die Bombierung veranlassen, was ganz gefahrlos ist. Zu beachten ist, dass hauptsächlich eiweissreiche Lebensmittel durch Bakterien gefährdet sind.

## Trinkwasser

Länger als drei Tage hält es der Mensch nicht ohne Trinkwasser aus. Wir führen es uns hauptsächlich in Form von Milch und Früchten zu. Das in Quellen gefasste Wasser muss selbstverständlich einwandfrei sein. Die Trinkwasserkontrolle im Kanton Zürich verlangt die systematische Kontrolle der rund 20 000 Wasserversorgungen. Wir in der Schweiz brauchen viel mehr Trinkwasser als das Ausland. Allein die Stadt Zürich hatte im letzten Sommer einen durchschnittlichen Tagesverbrauch von 192 Millionen Litern. Grundwasserquellen werden mit Filtrierapparaten gefasst. Dieses Wasser ist in der Regel keimfrei. Auch durch langsames Filtrieren kann Wasser absolut keimfrei gemacht werden. Es wird auch bakteriologisch untersucht.

## Wie soll unsere Nahrung sein?

Wenn unsere Nahrung nicht zweckmässig ist oder vitaminmangelhaft, so muss dem begegnet werden. Die Beri-Beri-Krankheit kann entstehen, wenn ausschliesslich nur polierter Reis konsumiert wird. Skorbut rührt vom Mangel an Vitamin C (Kartoffeln enthalten viel dieses Vitamins). Rachitis, herrührend aus Vitamin-D-Mangel und Knochenschwäche, können durch fettfreie Milch (Trockenmilch) behoben werden. Es trifft nicht zu, dass Konserven Vitam.-C-arm sind, sofern die Früchte oder die Gemüse unwillkürlich sterilisiert werden. Hocherhitzen der Milch (aber nur rasches und nicht kochen lassen), lässt den vollen Nährgehalt der Milch bestehen. Dies gleicht dem Pasteurisieren und der Milchgeschmack ist besser. Diese Kochart ist nur mittels Thermometer oder im Wasserbad möglich.

Beeinträchtigt die Silofütterung den Geschmack der Milch? Schmeckende Milch rührt nur dann vom Silofutter her, wenn dieses gerade beim Melken im Stall vorhanden ist und so direkt auf die offene Milch einwirkt, nicht aber auf dem Wege der Fütterung. Die Milch, weil stark fetthaltig, nimmt zum Beispiel auch den Geruch von Rübenfutter an, wenn dieses im Stalle steht.

Obst und Gemüse aus dem Ausland und andere Lebensmittel werden an der Grenze in Mustern abgenommen und zur Kontrolle eingeschickt, oder dann auch von den örtlichen Zolllaboratorien untersucht. Dadurch werden Gefahren frühzeitig entdeckt.

Wir verdanken es unseren kantonalen und eidgenössischen Lebensmittelgesetzgebungen, dass früher und immer wieder auftauchende Krankheiten heute sozusagen verschwunden sind, dass ferner durch den Genuss gekaufter Lebensmittel irgendwelcher Art keine oder fast keine Krankheiten sich ausbreiten können. Die Kontrolle ist da und tut ihre Pflicht zum Schutze aller, sei es zur Erhaltung der Gesundheit, wie auch zum Schutze vor Ausbeutung in dem Sinne, dass hochwertige Deklarationen einen minderwertigen Inhalt vorzutauschen versuchen. Bewahren wir beim Zubereiten und beim Essen selbst noch etwas persönliche Vorsicht, dann kann nichts geschehen.

W. B.



«Jeder denkt nur an sich — ich allein denk an mich...» Irgendwo habe ich diesen prächtigen Vers gelesen. Ist dies nicht ein ganz wundervoller Vorwurf an die Welt und ein schlichtes Bekenntnis zum reinen Egoismus?

Und irgendwie scheint dieser Spruch ein Spiegelbild unserer heutigen Zeitepoche zu sein. Er zeigt uns, dass Egoismus gegenwärtig die grosse Mode ist.

Nächstenliebe, Rücksichtnahme auf andere, Respekt und Toleranz sind Tugenden, die schon nicht mehr up to date und bald nur noch im Lexikon zu finden sind.

Und doch werden die Probleme unseres täglichen Zusammenlebens immer bestehen und immer mehr oder weniger die gleichen sein, nur die Methoden, sie zu lösen, wechseln.

Ganz im Gegensatz zum oben zitierten Motto scheint die nachfolgende goldene Regel gute Möglichkeiten für erfolgreiche Lösungen zu verheissen. Diese Mahnung heisst: Versetze dich immer auch in die Haut des andern, bevor du ein Urteil fällst!

Zum Beispiel: Du findest, eine Lohnaufbesserung wäre fällig. Wie würdest du nun an deines Meisters Stelle argumentieren?

Bist du heute mehr wert für die Firma? Mit was kannst du die Forderung für mehr Lohn begründen? Hast du neue Ideen gebracht, die der Firma nützen? Haben deine Arbeitsleistungen zugenommen? Oder ist es eine reine Zeitpunktfrage, dass du nun seit der letzten Aufbesserung ein, zwei, drei Jahre älter bist? Oder musst du einfach mehr Lohn haben, damit du mehr Geld ausgeben kannst? Wenn du der Arbeitgeber wärest, wie würdest du auf eine solche Forderung antworten?

Und schon ist die Sache wesentlich anders, nicht wahr? Statt sich zu ärgern und zu fluchen, wenn ein Wunsch nicht erfüllt wird, und den Arbeitgeber als einen schlechten Hund und einen persönlichen Feind zu schimpfen, kommt man eventuell zur Einsicht: an seiner Stelle hätte ich es ziemlich sicher auch so machen müssen! Das ist nichts anderes als gesundes und gerechtes Denken.

Viele Arbeiter- und Angestelltenprobleme hätten auf solche Weise einfacher und befriedigender gelöst werden können.

Ein Arbeitgeber, der sich selber fragt: Welche Massnahmen könnten mich zufriedener und loyaler machen, wenn ich der Angestellte wäre?, wird einen idealen Betrieb haben, und seine Mitarbeiter werden für ihn durch dick und dünn gehen.

Eine ganze Reihe von Arbeiterleichterungen, Schutzmassnahmen und soziale Einrichtungen zum Wohle der Arbeitenden sind heute realisiert — zum grossen Teil dank einer vernünftigen und toleranten Denkweise der Betriebsleitungen, ganz besonders in unseren Konsumgenossenschaften. Solch menschliches Denken von Geschäftsleitungen hat in vielen Fällen schon Unzufriedenheit, Hass, Klassenkampf und politische Unruhen vermieden.

Gerade die Konsumgenossenschaft, die nicht nur als ein reiner Geschäftsbetrieb anzusehen ist, sondern auch ein Gemeinschaftsunternehmen verkörpert, ist ein ideales Versuchsfeld für solche Verständigungsexperimente, die den dauernden Frieden und das wahre Glück der Menschen gewährleisten könnten.

Je mehr der Egoismus in unserem Zusammenleben ausgeschaltet und mit Gemeinschaftssinn ersetzt wird, desto näher kommen wir dem in der Genossenschaftsidee bezeichneten Ziel. Alles was es braucht, sind guter Wille und die täglichen kleinen Selbstüberwindungen im Ich-Denken. Riskieren tut man dabei nichts, im Gegenteil, man gewinnt die Freundschaft und das Zutrauen der ganzen Welt, der man vorher misstrauisch und feindlich gegenüberstehen musste!

Jeder kann es in seinem Wirkungskreis einmal ausprobieren. Und kosten tut's auch nichts!

Selbstbedienungsläden sind jetzt die grosse Mode, und es ist ganz klar, dass diese Einrichtung jeden Verwalter sehr interessiert. So hatte ich letzthin Gelegenheit, gerade zwei neueröffnete Selbstbedienungsläden zu besuchen und gründlich zu studieren. Der eine war ein Genossenschaftsladen, der andere ein Konkurrenzunternehmen. Es ist nun nicht meine Absicht, zu berichten, was der eine besser macht als der andere, sondern was mir als Verwalter ganz besonders in die Augen gestochen hat und was mich stolz und froh gemacht hat. Denn in diesem betreffenden Punkt ist die Konsumgenossenschaft allen andern Detailläden weit überlegen. Es sind dies die neuen, farbenfrohen, attraktiven und sympathischen Co-op Packungen, die von den Regalen leuchten, den Käufer anlächeln und beeindrucken. Ob Selbstbedienung oder bisheriges System, eines ist sicher: Mit einer derartigen Verkaufshilfe, wie es die neuen Eigenpackungen sind (Teigwaren, Biscuits, Kaffee, Tee, Tabak, Stumpen, Schokolade, Waschmittel), muss eine Konsumgenossenschaft ja reüssieren!

Stürmi-Fritz



# Die Jugend

# ist unsere Zukunft



## Tagung der bernischen Genossenschaftsjugend

In unserer Genossenschaftsjugend nimmt der bernische Kreis seit einigen Jahren eine führende Stellung ein, und es wird kaum bestritten werden können, dass mit den Delegiertenversammlungen, die im Rahmen der Kurse für die Genossenschaftsjugend regelmässig Jahr für Jahr im Freidorf abgehalten werden, die mit derselben Regelmässigkeit wiederkehrenden Tagungen der bernischen Genossenschaftsjugend als die beiden Ereignisse des Jahres anzusehen sind.

Am 19. Februar fand unter Teilnahme zahlreicher Vertreter der Genossenschaftsjugend des Kreises Bern, einer schönen Zahl von Gästen aus anderen Jugendgruppen und verschiedener Repräsentanten der älteren Generation, die es sich nicht nehmen lassen wollten, den Veranstaltern ihr Interesse zu bekunden, die 6. Tagung der bernischen Genossenschaftsjugend statt. Als Ort für die Zusammenkunft war diesmal Thun bestimmt worden, und die Jugendgruppe an diesem Orte zeichnete in Gemeinschaft mit dem Kreisvorstand für die Durchführung der Veranstaltung.

Mit einer Verspätung von drei-viertel Stunden wurde um 9.45 Uhr die Tagung durch eine Begrüssungsansprache des rührigen Präsidenten des Kreises, *Hans Rüegg*, Bern, eröffnet. Es folgten die Berichte der vertretenen bernischen und nicht-bernischen Gruppen über ihre Tätigkeit seit dem Freidorfkurs von Ende Mai 1949. Dabei fiel auf, dass die Mehrheit der Berichterstatter dem weiblichen Geschlecht angehörte, ein erfreuliches Zeichen, dass heute die Frau die Hemmungen, die ihr das paulinische Wort «Das Weib schweige in der Gemeinde!» auferlegt hatte,

abzustreifen beginnt. Aus den Voten ging hervor, dass es unter den berichtenden Gruppen keine einzige gibt, die als für den Augenblick nicht aktiv bezeichnet werden kann. Das einzige, was der Berichterstatter zu wünschen hätte, ist, dass in den Veranstaltungen der Behandlung genossenschaftlicher Fragen ein etwas breiterer Raum gewährt würde.

Als Vertreter der Konsumgenossenschaft des Ortes und gleichzeitig warmer Freund der Bestrebungen der Genossenschaftsjugend gab *Hans Suter*, Verwalter des Konsumvereins Thun-Steffisburg und Umgebung, der Hoffnung Ausdruck, dass die Genossenschaftsjugend das Erbe, das dereinst in ihre Hände gegeben werde, mit demselben Geist uneigennützigem Opferwillens weiterverwalte wie es die Männer taten, die vor 50 Jahren den bescheidenen Grundstein zu der heute den grössten Konsumvereinen des Landes zuzählenden Konsumgenossenschaft von Thun und Umgebung legten.

Den Hauptteil des Programmes der Tagung bildeten zwei Referate, die ebenso sehr Grundfragen der Junggenossenschaftsbewegung berührten, als sie mit der auf die Jugend immer besonders eindrucklich wirkenden Begeisterung vorgebracht wurden. Das erste, mit dem die Verhandlungen des Vormittages abgeschlossen wurden, hatte als Referent Nationalrat *H. Roth*, Interlaken, und behandelte das Thema «Die Genossenschaft als urschweizerische Wirtschaftsform». Auf Grund einer glänzenden Kenntnis der Geschichte unseres Landes umriss der Referent den urgenossenschaftlichen Charakter der Schweiz und wies auf Grund seiner Ausführungen zum Schlusse die von der Bernischen

Bauern- und Bürgerpartei ausgehenden Angriffe auf die Konsumgenossenschaften als unschweizerisch zurück.

Der zweite Vortrag hatte als Referenten *W. Vollenweider*, Sekretär des VPOD, Zürich, und als Thema «Warum eine Jugendbewegung?». Hauptgegenstand des Referates war der Nachweis, dass die Jugendorganisationen die notwendige Ergänzung und vielfach sogar den notwendigen Ersatz zur Betätigung der Jugend innerhalb der Familie darstellten, und dass der Jugendliche — und die Jugendliche — im Verkehr mit Gleichaltrigen und Gleichgesinnten lernten, die dem Kind sozusagen angeborene, für einen Verkehr unter Erwachsenen, namentlich in der Demokratie, aber schädliche allzu starke Betonung des lieben Ichs abzustreifen.

An der sehr lebhaften Diskussion, die sich den beiden Voten anschloss, beteiligte sich vorwiegend die ältere Generation. Zwischen den beiden Vorträgen gab Jugendorganisator *Othmar Haller* einen Ueberblick über den augenblicklichen Stand der Junggenossenschaftsbewegung und einen Ausblick auf das für die nächste Zeit Anzustrebende, wobei er vor allem auch auf die Anfänge zu einer internationalen Fühlungnahme hinwies und die Wünschbarkeit einer weiteren Entwicklung der Verbindungen über die Landesgrenzen hinweg betonte. Den Schluss des offiziellen Teiles bildete die Wahl des Kreisvorstandes mit *Hans Rüegg* als Präsident, *Karl Erni* als Vizepräsident, *Marcel Wendler* als Sekretär und *Sylvia Leibundgut* als Kassierin. Dem Kreisvorstand gehören ausserdem als Beisitzer die Leiter der dem Kreise zugeteilten Jugendgruppen an.

Nachdem die Geschäfte 16.45 Uhr zu Ende gegangen waren, folgte, was bei einer Jugendversammlung be-greiflicherweise nicht fehlen darf,



ein gemütlicher Teil, der die jungen Genossenschaftler und Genossenschaftlerinnen sowie einen Teil der älteren Gäste noch einige Stunden beisammenhielt.

Die 6. Tagung der bernischen Genossenschaftsjugend hat erneut den Beweis dafür erbracht, dass unsere Konsumgenossenschaftsbewegung eine Jugendbewegung besitzt, die als eine ausserordentliche Bereicherung der Bewegung anzusehen ist. Die

Jugendbewegung ist um so wertvoller, als sie nicht von oben herab ins Leben gerufen wurde und unterhalten wird, sondern spontan aus der Jugend selbst hervorging. Sie ist nicht gross, um so stärker und wertvoller aber der zwischen ihren einzelnen Vertretern bestehende Zusammenhang. Seit ihren ersten Anfängen sind nun reichlich zwölf Jahre verstrichen. Und wenn auch, was bei der jungen, stürmischeren Generation durchaus

selbstverständlich ist, etwas häufiger als bei Organisationen der älteren Garde Schwierigkeiten auftauchen, so war es bis jetzt doch immer möglich, sie zu überbrücken, und wir haben allen Anlass anzunehmen, dass der Bewegung eine schöne Weiterentwicklung beschieden sein wird. zu Nutz und Frommen der an der Bewegung Beteiligten sowohl als der Konsumgenossenschaftsbewegung, in deren Rahmen sie wirkt. h.



## Merseburgs fliegende Verkaufsstelle

mit Textilien im Landkreis erfreut sich grossen Zuspruchs der Landarbeiter.

Anlässlich des Verbandstages des Konsumgenossenschaftsverbandes Sachsen-Anhalt in Leuna präsentierte die Konsumgenossenschaft Merseburg den Delegierten des Verbandstages ihre neueste Errungenschaft: eine fliegende Verkaufsstelle, die allgemeine Bewunderung fand. Ein ehemaliger Omnibus, zweckmässig umgebaut und eingerichtet, entspricht sie in allen Punkten den Erfordernissen, die an eine fliegende Verkaufsstelle gestellt werden müssen — davon haben sich damals die Delegierten überzeugt.

Seit Wochen schon befindet sich diese fliegende Verkaufsstelle nun auf «grosser Fahrt» in den abgelegenen Orten des Landkreises Merseburg und erfreut sich bei der Einwohnerschaft dieser Orte grosser Beliebtheit. Wurden in den ersten Tagen nur Sonderverkäufe punktfreier Schuhe durchgeführt, so ist man dann dazu übergegangen, auch ein reichhaltiges Sortiment an Textilien mitzuführen. Die vollen Punktkarten der Landbevölkerung beweisen, dass der Bedarf an Textilien gross ist, und es wird allgemein freudig begrüsst, dass der Konsum das Kaufhaus auf das Land bringt und der Einwohnerschaft den Weg zur Stadt erspart. Im neuen Jahr wird die fliegende Verkaufsstelle ebenfalls Haushaltswaren zum Verkauf anbieten, so dass diese fortschrittliche Einrichtung der KG Merseburg noch mehr begrüsst werden wird.

Im Vorderteil des Wagens, der gleichzeitig dem Verkaufsstellenpersonal als Aufenthaltsraum dient, befindet sich eine Lautsprecheranlage, für die leider bisher der Verstärker noch fehlt. Sobald dieser beschafft worden

ist, kann auch diese in Betrieb genommen werden. Damit erhält die KG ein wirksames Werbemittel, das bei allen Anlässen eingesetzt, den Begriff «Konsum» auch in den entlegensten Winkel des Kreises tragen wird.

Wilk.

## Fahrbarer Feinkostladen

Unabhängig von allen Migros-Projekten ist in Hamburg der erste fahrbare Feinkostladen von zwei Kolonialwarenhändlern in Betrieb gesetzt worden.

Es handelt sich um einen Spezialautobus von 6,8 Meter Länge und 2,4 Meter Breite, der an der Seitenfront mit einem Schaufenster und im Innern mit einer regelrechten Ladentheke versehen ist. Damit es in dem engen Ladenraum keine Stockungen gibt, ist «Fliessverkehr» vorgesehen. Vorn können die Käufer auf einer kleinen Holzstiege das Innere des Wagens betreten, während sie ihn auf der Rückseite auf eben einer solchen Stiege verlassen. Das Sortiment umfasst Lebensmittel- und Feinkostartikel.

Der rollende Laden soll in den Randgebieten Hamburgs eingesetzt werden und dort vor allem die Siedler in den abgelegenen Bezirken versorgen. Ob sich daraus ein fester Fahrplan entwickeln wird, steht noch nicht fest.

Für Hamburg ist übrigens eine solche Einrichtung nicht neu. Früher betätigte sich die Konsumgenossenschaft «Produktion» bereits in ähnlicher Weise, und es verlautet sogar, dass Ueberlegungen im Gange seien, künftig einen derartigen Ambulanzbetrieb wieder einzurichten.

«Lebensmittel-Zeitung», Stuttgart





## Aus dem schweizerischen Kopfrechenbuch

In Nr. 6 des «Schweiz. Konsum-Vereins» veröffentlichten wir einen Artikel, der sich mit dem momentanen Tiefstand der Zinssätze beschäftigte. Darauf ist uns vom ehemaligen nebenamtlichen Verwalter einer dem V. S. K. angeschlossener Konsumgenossenschaft die nachstehende Erwiderung zugegangen, die wir unseren Lesern nicht vorenthalten möchten.

Die Redaktion.

Durch die Presse geht zurzeit ein mit VSM gezeichneter Aufsatz: «Der Tiefstand der Zinssätze». Dieser Titel veranlasst die Nachprüfung aller Tatsachen, die VSM anführt. Mehr noch: er zwingt uns, neue Tatbestände heranzuziehen.

Dazu dienen uns die Veröffentlichungen der eidgenössischen Steuerverwaltung und des eidgenössischen Statistischen Amtes.

Das «Statistische Jahrbuch der Schweiz 1948» gibt das Einkommen aus Zinsen für 1947 mit 3434 Millionen Franken und für 1948 provisorisch mit 3453 Millionen Franken an. Das macht pro Einwohner für 1948 Franken 749.18, also rund Fr. 750.— Diese Angabe ermöglicht jedem Familienvater die Beantwortung der Frage, ob er zu den *Zinszahlern* oder zu den *Zinsnehmern* gehört. Einer Familie, bestehend aus einer Witwe mit vier Kindern, um ein Beispiel auszurechnen, würde bei einer gleichmässigen Zuteilung des Zinses unter alle Einwohner unseres Landes fünfmal Fr. 750.— zufallen oder jedes Jahr Fr. 3750.—, monatlich Fr. 312.50, einer Familie mit zwei Kindern viermal Fr. 750.— jährlich oder monatlich Fr. 250.—.

Die meisten Leute und Familien werden beim Ausrechnen ihres Zinsanteils merken, dass sie ihn nicht bekommen. Sie brauchen sich deswegen nicht zu ängstigen. Er geht nicht verloren, er wird nur jemand anderem ausbezahlt.

Ueber die Art, wie der Zins verteilt oder auch nicht verteilt wird, lassen sich bestimmte Feststellungen machen. So wurde zum Beispiel im Winter 1935/36, zur Zeit der grössten Arbeitslosigkeit, im Berner Stadtrat mitgeteilt, dass jedem der 2000 stadtbernischen Arbeitslosen Fr. 250.— monatlich ausbezahlt werden könnte, sobald die Steuerzahler, die nach ihren eigenen Steuerangaben mehr als Fr. 10 000.— Zinsen jährlich beziehen, mit den Arbeitslosen teilen würden; jeder dieser reichsten Steuerzahler und jeder Arbeitslose würden also Fr. 3000.— jährlich erhalten.

Man hört oft, dass der Zins für die alten Leute sei. Wir haben 350 000 Leute über 65 Jahre. Würde der Zins nur an diese alten Leute ausbezahlt, so würden einem Altersrentner der 350 000. Teil von 3453 Millionen Franken oder Fr. 9865.— jährlich oder Fr. 822.— monatlich ausbezahlt. Diese Zinsen werden bezogen, aber meistens nicht von den *alten*, sondern von den *reichen* Leuten.

Wie die Verteilung des Zinses heute tatsächlich ist, geht aus den folgenden Zahlen der eidgenössischen Wehrsteuerstatistik 1945 hervor.

Von den 2,1 Millionen Erwerbenden besaßen von dem versteuerten Vermögen: 326 614 oder 75,5 % der Pflichtigen 9941 Millionen Franken oder 37,8 %, 55 434 oder 14,5 % der Pflichtigen 16 336 Millionen oder 62,2 %. Man sieht: eine recht ungleichmässige Verteilung! Die 1912 Millionäre besaßen zum Beispiel 16,3 % des versteuerten Vermögens, zusammen 4291 Millionen Fran-

ken. Rund 1 100 000 Erwerbende waren überhaupt nicht steuerpflichtig.

Aus diesen Angaben lassen sich allerlei Rechnungen machen. Man erkennt vor allem aber immer wieder das eine, dass der Zins verhältnismässig wenigen zugute kommt. So entfallen auf die Sparbüchlein zum Beispiel bloss 185 Millionen Franken von den 3434 Millionen Franken Zinsen des Jahres 1947 oder bloss jeder 18. Franken, der als Zins ausbezahlt wird.

Es trifft daher nicht zu, dass der Zins und der Zinsfuss «jeden Bürger berührt», wie VSM schliesst, wenigstens nicht in dem Sinne, dass «jeder Bürger» an einem hohen oder stabilen Zinsfuss interessiert ist — im Gegenteil. «Je tiefer der Zins, desto höher das Einkommen der Arbeit, und», schreibt Carl Hilty, der ehemalige Oberauditor der schweizerischen Armee, Bundesstaatsrechtsprofessor an der Berner Hochschule und feinsinnige Schriftsteller in seinem Werke «Glück»:

«... wie die Sachen heutzutage in der Welt stehen, erscheint die Erwartung gerechtfertigt, dass eine soziale Revolution auch wieder die dermalig Arbeitenden zur herrschenden Klasse machen werde, gerade so wie diejenige zu Anfang des 19. Jahrhunderts den tätigen Bürger über den müssigen Adeligen und Geistlichen emporgehoben hat.

Wo immer dieser Bürger seither ein Müssiggänger geworden ist, der, wie seine Vorgänger, bloss noch von seinen Zinsen, das heisst von der Arbeit anderer leben will, wird er ebenfalls verschwinden müssen.

Die Zukunft gehört und die Herrschaft gebührt zu *allen* Zeiten der *Arbeit*.» (Von Hilty selbst hervorgehoben.)

Auf die Selbsttäuschungen und Trugschlüsse von VSM wollen wir nicht eingehen; sie erübrigen sich, sobald man die Tatsachen kennt, die wir hier angegeben haben. S.

### Volkswirtschaft

#### Die europäische Käseproduktion

hat nach Schätzungen der FAO im Jahre 1949 etwa 80 % des Vorkriegsniveaus erreicht, wobei in West- und Zentraleuropa der Prozentsatz etwas höher (83 %), in den Balkan- und Mittelmeerländern etwas niedriger (75 %) liegt. Die Marshall-Länder hätten im Jahre 1949 programmgemäss 87 % zu produzieren und erst 1951/52 den Vorkriegsstand einzuholen. Allerdings ist die Entwicklung in den einzelnen Ländern mit diesen allgemeinen Ziffern nicht identisch.

Dänemark hat schon im Jahre 1948 57 000 t gegen 33 000 t vor dem Kriege erzeugt und 13 000 t (8000 t) exportiert. Im Jahre 1949 ist der Export weiter gestiegen.

Holland erzeugte 1948 nur 97 000 t (vor dem Kriege 121 000 t) und exportierte 23 000 t (60 000 t). Im Jahre 1949 werden sich beide Ziffern erhöht haben.

Frankreich liegt noch hinter seiner Vorkriegsproduktion (270 000 t) beträchtlich zurück, da die Produktion im Jahre 1949 noch kaum 200 000 t überschritten haben dürfte.

Italiens Erzeugung ist mit etwa 220 000 t noch um 10 bis 12 % geringer als in den letzten dreissiger Jahren, und der Export beträgt kaum mehr als die Hälfte der früheren Ausfuhr.





## Vor dem Ladentisch

### Kleiner Brief an Fräulein Hübsch

Liebes Fräulein Hübsch!

Hoffentlich nehmen Sie es mir nicht übel, wenn ich Sie so nenne. Da ich aber nicht weiss, wie Sie heissen und ich Sie wirklich hübsch finde, nenne ich Sie eben einfach so. Und hübsch finde ich Sie aus folgendem Grund: weil Sie keineswegs einem Filmstar oder sonst einer zurechtgemachten «Schönheit» gleichen, sondern einfach eine saubere, gepflegte junge Frau und Verkäuferin sind. Gleich mir finden das sicher auch viele andere Mitglieder Ihrer Filiale, wenn sie auch eigentlich nicht recht wissen warum und wieso. Ich aber habe mir das schon mehrmals überlegt und bin zu dem Schlusse gekommen, dass Sie im Grunde nichts anderes tun als das, was man von jeder Frau, besonders aber von jeder Verkäuferin erwarten darf: Sie pflegen Ihr Gesicht, Ihr Haar und Ihre Hände!

Darüber und deswegen sollte man allerdings nicht einen Brief schreiben müssen; denn es ist doch — wie gesagt — selbstverständlich, dass jede Frau das tut. Doch weil man leider nur zu oft Verkäuferinnen findet, die ihre natürliche, weibliche Schönheit nicht genügend pflegen, habe ich dieses Brieflein geschrieben und hoffe nur, dass «man» merkt, was ich damit als Käuferin sagen will. Wir wollen ja keine «Schönheiten» hinter dem Ladentisch antreffen, aber wir kaufen viel lieber bei einer Verkäuferin, die um sich herum eine Atmosphäre der Sauberkeit und Gepflegtheit verbreitet. Das hat absolut keinen Bezug auf die Gesichts- oder Körperform, sondern bezieht sich lediglich darauf, ob die betreffende Verkäuferin Wert darauf legt, gepflegt auszu-sehen oder «nur eben einfach so» ...

Frau U. K.-L.

### Die Schulden

Die Konsumgenossenschaften haben zwar die erfreuliche Tendenz, ihre Mitglieder vom Schuldenmachen abzuhalten, jedenfalls von grossen Schulden, deren Abtragung während vieler Monate oder gar Jahre oft zu mancherlei Sorgen Anlass gibt. Dass aber hin und wieder eine Hausfrau aus dem einen oder andern Grund einen Einkauf «aufschreiben» lässt, gehört gewissermassen zum «Dienst am Mitglied». Und da befremdet es mich nun, dass in gewissen Verkaufsläden die Verkäuferinnen die unerfreuliche Gewohnheit haben, ganz laut und vor allen Mitgliedern zu rufen: «Aha, Frau Schneider, die Milch und das Brot von gestern sind auch noch aufgeschrieben!» Das ist besonders peinlich, wenn man gar nicht von der betreffenden Verkäuferin bedient wird.

Ich kann ganz gut verstehen, dass ausstehende Beträge, auch wenn sie noch so klein sind, möglichst sofort wieder eingebracht werden müssen. Aber es kommt auch hier ganz auf die Art an, wie man das tut. Die Verkäuferin könnte doch bestimmt auch sagen: «Ich ziehe Ihnen gerade die zwei Franken von Samstag ab, wenn Sie einverstanden sind, Frau Schneider!»

Auf diese Kleinigkeit zu achten, die wirklich viel zum guten Ton beiträgt, wäre Aufgabe der betreffenden Filiale vorstehenden Verkäuferin. Und manche bringt es auch fertig!

Bo.

Deutschland produziert zurzeit etwa zwei Drittel der früheren Erzeugung, und die Ausfuhr ist geringfügig.

Die Schweiz produzierte im Jahr 1948 50 000 t (51 000 t vor dem Kriege).

Der Import von Schweizer Käse ist infolge der Knappheit an Schweizer Franken in vielen europäischen Ländern Beschränkungen unterworfen, und der Export im Jahr 1948 betrug denn auch nur 8000 t gegen durchschnittlich 19 000 t vor dem Kriege. Das ist aber immerhin das Doppelte des vorangehenden Jahres.

Der Käseverbrauch pro Kopf in den verschiedenen Ländern ist wie folgt:

Schweiz . . . .	9,6 kg (vor dem Kriege 8,2 kg)
Dänemark . . .	8,1 kg (vor dem Kriege 5,7 kg)
Holland . . . .	7,6 kg (vor dem Kriege 6,0 kg)
Italien . . . .	4,5 kg (vor dem Kriege 5,2 kg)
England . . . .	3,9 kg (vor dem Kriege 3,9 kg)

Der britische Verbrauch dürfte allerdings im Jahre 1949 durch die Aufhebung der Rationierung für manche ausländische Sorte wesentlich gestiegen sein.

### Die Weltproduktion von Schweinen stieg bedeutend im Jahre 1949

Sowohl für die halbverhungerte Menschheit als auch für die vielen Arbeiter, die in der Lebensmittelindustrie tätig sind, ist es erfreulich, feststellen zu können, dass die Weltproduktion von Schweinen (die Zahl der kontrollierten Schlachtungen) im Jahre 1949 gegenüber 1948 und besonders gegenüber der Vorkriegsproduktion erheblich gestiegen ist. Die kontrollierten Schweineschlachtungen in den wichtigsten Ländern, welche Speck und Schweinefleisch produzierten, zeigten im Jahr 1949 einen Zuwachs von etwa 14 % gegenüber dem Vorjahre. Im Jahre 1948 wurden etwa 83 Millionen Schweine geschlachtet, während die Zahl für 1949 auf 89 Millionen Stück geschätzt wird. Vor dem Kriege war die Zahl etwa 66 Millionen Stück. Die Sowjetunion und das südöstliche Europa sind nicht mit inbegriffen.

Wenn es möglich gewesen ist, die Produktion im Verhältnis zur Vorkriegszeit zu erhöhen, ist das unter anderem auf die gute Ernte der beiden letzten Jahre zurückzuführen. Die grösste prozentuale Erhöhung ist jedoch in den europäischen Ländern vor sich gegangen, deren Produktion wegen des Krieges gefallen war. Fortschritte sind auch zu verzeichnen in Argentinien, Südafrika und den USA, während Rückgang u. a. in Kanada, Mexiko, Kuba und Uruguay festzustellen war. Neuseeland zeigt eine fast unveränderte Produktion.

In Grossbritannien werden die Schlachtungen im Jahre 1949 doppelt so gross als im Jahre 1948 sein; doch haben sie immer noch nicht die Hälfte der Schlachtungen der Vorkriegszeit erreicht. Für das Jahr 1949 sind sie auf etwa 2,3 Millionen Stück geschätzt gegen 5,6 Millionen Stück im Durchschnitt der Jahre 1934—1938. Die Zahl der Schlachtungen in Dänemark ist für das Jahr 1949 auf 2,9 Millionen Stück geschätzt, das heisst etwa 80 % Prozent mehr als im Vorjahre. Die USA sind bei weitem die grössten Produzenten mit einer Anzahl Schlachtungen von 53,2 Millionen Stück für das Jahr 1949. Danach folgt Brasilien mit 5,5 Millionen, Polen mit 4,2 Millionen und die Tschechoslowakei mit 2,8 Millionen. Für das Jahr 1950 schätzt man, dass 97,5 Millionen Stück geschlachtet werden. Das ist aber noch immer nicht genug zur Sättigung der vielen hungernden Menschen.

VHTL





# Für die PRAXIS



## Mitarbeiter sprechen sich aus

*Schönheit und Werbung, oder H. E. antwortet E. H.*

Bravo! Mein kleiner Aufsatz hat Sie aufhorchen lassen und zu einer interessanten Erwiderung veranlasst. Das ist gut so. Nein, ich bin, weiss einer, wirklich nicht gegen die «wunderschönen, jungen Frauen zwischen 18 und 25 Jahren» und mein Leitmotiv ist das berühmte Lied: «Du sollst es dir mit keiner schönen Frau verderben». Aber, das gilt nicht unbedingt, wenn es sich um Werbung handelt. Da geht die Käuferin vor, so oder so.

Nun Scherz beiseite: Sie scheinen zu bezweifeln, dass die Mehrzahl der Käuferinnen unter den älteren Hausfrauen zu finden ist. Dafür sprechen Erfahrung und Statistik. Sie erklären rundweg, dass die wunderschönen, jungen Frauen gar nicht so oft in der Werbung verwandt werden. Eine eingehende, auf längere Zeitspannen ausgedehnte Beobachtung der Inserate und anderer Werbemittel wird Sie vom Gegenteil überzeugen müssen (und selbst bei kosmetischen Präparaten ist der Gebrauch von makelloser Jugendschönheit oft verfehlt, denn sie gibt den Frauen, die als Käuferinnen in Frage kommen, oft Minderwertigkeitsgefühle gegenüber den makellosen Vorbildern).

Aber Achtung: Sie sagen auch: dass «wer einmal durch die Darstellung einer wunderschönen Frau ... verführt wurde ... zu kaufen, ein zweites Mal kaum mehr hereinfallen wird», und schliesslich kommen Sie auf die unverkennbare Tendenz zu sprechen die Reklame mit einer gewissen Dosis Erotik zu würzen.

Lieber Herr E. H., ich wette jeden Betrag, dass Sie ein Mann sind. Denn Ihre Argumente und Antworten sind richtige «Männerargumente». Sie haben wirklich nicht versucht, sich auch nur einen Augenblick lang an die Stelle der Frau, der kaufenden Frau zu versetzen. Denn dann hätten Sie gewiss nicht von Erotik in der Reklame gesprochen und auch nicht vom Hereinfall auf schöne Frauen. Frauen fallen im Prinzip nicht auf Frauen, auch nicht auf schöne Frauen herein. Und erotisch anregend wirkt auch die schönste Frau nicht auf eine andere Frau. Und dabei ist doch nur von weiblichen Käufern hier die Rede.

Haben Sie etwas dagegen, wenn wir diese sehr wichtige Frage gemeinsam durchbesprechen?

Sie sprechen von der amerikanischen Werbung, die stets mit Pin-up-Girls arbeitet. Ich will Ihnen da eine kleine Geschichte erzählen von einem grossen Werbefeldzug, bei dem ich, zufällig, Einblick in alle Details seiner Vorbereitung nehmen konnte. Es handelte sich um den Werbefeldzug einer weltbekannten Luftfahrtgesellschaft. Das Ziel war: mehr Personen für diese neue Reiseart und für diese Gesellschaft zu gewinnen. Was macht nun das Werbebüro der Gesellschaft? Es entwirft

eine Serie sehr gut aufgebaut, textlich und graphisch gut ausgewogener Texte. Zur Illustration nimmt man junge, bildschöne Menschen. Man zeigt sie beim Einsteigen, beim Landen, während des Fluges usw. Resultat: die Verkehrsstatistik zeigt keine Zunahme der Passagierzahl. Neue Inseratenserie, noch verlockendere Menschen, noch schönere und elegantere Frauen. Der Erfolg immer gleich Null.

Da zieht die Gesellschaft eine grosse Werbefirma zu. Diese macht nun folgendes: Sie lässt sich vor allem genaue Angaben geben über Verteilung der Passagiere nach Alter, Beruf, Nationalität. Das ist einfach, denn jeder Passagier gibt diese Angaben in den Formularen automatisch und ungefragt. Und siehe da: es sind gar nicht die «wunderschönen, jungen» Pin-up-Girls und -Boys, die den Grossteil der Kundschaft ausmachen, sondern Kaufleute, Ingenieure, Beamte, Frauen eines bestimmten Alters. Die Analyse ergibt dann noch so und soviel Prozent Amerikaner, Franzosen, Australier u.s.f.

Und was macht die Werbefirma weiter? Sie beschafft sich Hunderte von Bildern, Photographien von typischen Grosskaufleuten in den USA, Frankreich und anderen Ländern und das gleiche für die andern Passagiergruppen. Dann lässt sie für jede Gruppe die Inseratenillustrationen abändern. An die Stelle der wunderschönen, jungen Männer setzt sie typische Kaufleute mit nicht immer vollkommen gebügelter Hosenfalte und mit leicht an den Ellbogen zerknitterten Ärmeln (wie das so im Leben vorkommt) und mit typischen Köpfen im besten Lebensalter stehender Kaufleute. Das gleiche macht sie für die Gruppe der weiblichen Passagiere, indem sie die blendenden Schönheiten mit Bildern reiferer und gepflegter Frauen ersetzt, denen man doch irgendwie leicht das Alter ansieht. Sie passt weiterhin die typischen Köpfe dem Typ des Landes an, in dem die Inserate erscheinen sollen ... und lanciert diese neue Inseratenserie, im übrigen mit fast unverändertem Text und im gleichen Umfang.

Der Erfolg: frappant.

Warum? Ganz einfach: Wenn ein etwas schwerfälliger Kaufmann diese eleganten jungen Leute auf den Bildern sah, dann sagte er (wenn auch unbewusst): das ist nichts für ernste Leute, oder, das ist doch eine Luxusangelegenheit, oder, die Leute werden sagen, ja, der, der ist ein Snob, kein ernster Mann.

Dann, eines Tages, sah er wieder die Inserate — und er sah sich selbst, er erkannte sich in diesem behäbigen, jovialen Herrn wieder, mit der etwas abgenutzten Aktentasche unter dem Arm, mit den etwas ausgebeulten Hosen (vom vielen Sitzen und Reisen) und plötzlich wollte er sich an dessen Stelle sehen, plötzlich sah er,



das ist auch etwas für mich, denn andere Leute *meiner Art* machen das auch so (auch wenn er den andern Mann im Bild natürlich gar nicht kannte, aber *so gross* ist der Nachahmungstrieb). Es ist folglich zahlenmässig zu belegen, dass die Bilder der Schönheiten der Firma geradezu schädlich waren, weil sie eben nicht die Mehrzahl der Kundschaft darstellen.

Und die Erotik, werden Sie sagen? Ja, die hat auch ihren Wert. Aber auch anders als man das so allgemein meint. Bleiben wir doch einmal bei der amerikanischen Werbung. Auch hier werde ich Ihnen eine kleine Geschichte erzählen können, die beweist, wie verteuft delikate das Ganze ist und wie raffiniert manche Werbeleute das anzupacken verstehen.

Eine Firma, die ein bekanntes Porridgepräparat herstellt, bereite eine Werbekampagne vor, unter bewusster Ausnützung der Erotik, oder besser gesagt, der gegenseitigen Sympathie der Geschlechter. Und das sah zum Beispiel so aus: Der Frühstückstisch — die leicht angegraute Mutter, ihr gegenüber ihr Sohn (ein anderes Mal war es ihr Neffe oder der Freund ihres Sohnes), sie sieht mit Stolz und liebender Freude, wie der junge Mann seinen Porridge löffelt. Einmal ist es dann der lächelnde Papa (in der Ferienzeit), der zuseht wie seine Enkelin mit Behagen ihren Porridge futtert.

Warum Erotik, werden Sie sagen. Ja, es gibt eine höhere Art von gegenseitiger Freude am andern Geschlecht, und die Hausfrau, die so ein Bild sieht, freut sich an dem blühend gesunden Jungen, an seinem Appetit. Es ist eine mütterliche Liebe, die besonders oft, wie die Erfahrung lehrt, den Jungen vorzieht, ebenso wie die väterliche Liebe sehr oft die Tochter dem Jungen vorzieht. Und auf diese allerfeinsten Gefühlsregungen hat der Werbeberater, wie er in seinem Begleitbericht zu den Entwürfen hervorhob, bewusst hingearbeitet. Und er hatte Recht, denn er hatte Erfolg: eine zwölfprozentige Steigerung des Absatzes.

So delikate sind diese Fragen, und es gehört eine überdurchschnittliche Feinhörigkeit und ein besonderes Fingerspitzengefühl dazu..

Ja, und unser Ausgangspunkt; unsere Käuferinnen? Wenn ich in meinem Artikel überhaupt auf diese heikle Frage der Werbung durch «Schönheit» zu sprechen kam, so geschah das einfach, weil eine Hausfrau mich mit Widerwillen auf diese bildhübschen Gesichtchen aufmerksam machte. «Man sieht nur diese Schönheiten», meinte sie, «man würde meinen, dass nur diese da etwas von Haushalt verstehen und wir zählen einfach nicht mehr». Ich spürte, wie sie diese Schönheiten hasste und auch die Waren, für die sie werben sollten. Und das gilt es zu vermeiden.

Wenn eben Frauen fortgeschrittenen Alters den Grossteil unserer Käuferinnen darstellen, dann müssen wir uns das merken und danach handeln. Besonders, da solche Menschen ausserordentlich empfindlich und misstrauisch sind. Und wir müssen alles tun, um sie zu gewinnen, wie sie es wünschen, gewonnen zu werden. Mit viel Takt und Feingefühl und mit Einfühlung in ihre Gedankengänge. Und wir Genossenschafter haben hier eine besonders wichtige Aufgabe, denn für uns sind sie nicht einfach Käuferinnen, sondern gleichzeitig auch Genossenschafterinnen, *Mitinhaberinnen* unserer Betriebe, freudige Mitarbeiterinnen unseres Bundes.

Sind wir uns jetzt einig?

Mit genossenschaftlichen Grüßen an Sie und an *alle* Genossenschafterinnen, Ihr

H. E.

## Bedienen Sie lieber einen Mann oder eine Frau?

Diese Frage wurde mir einmal von einem Bekannten gestellt. Sie ist gar nicht so einfach zu beantworten. Männer sind in der Regel leichter zu bedienen als Frauen. Ihre Wünsche sind meistens bestimmter. Ein Mann hat es oft eilig, er wählt rasch und will sogleich bedient sein. Er wird aber auch eher einmal etwas kaufen, das nicht hundertprozentig den von der Ware gemachten Vorstellungen entspricht, weil er sich vorgenommen hat, nicht über einen gewissen Betrag hinauszugehen. Allerdings geben zwar Männer im allgemeinen das Geld leichter aus. Durch kleine Aufmerksamkeiten kann man sich bei ihnen beliebt machen. Für lebenswürdige Bedienung, einen guten Rat ist ein Herr immer empfänglich. Ist ein Herr in weiblicher Begleitung, wende man sich in geschmacklicher Hinsicht immer an die Dame. Ist der Herr Begleiter beim Einkauf, Sorge man vor allem für Bequemlichkeit. Er wartet dann lieber und wird gerne wieder miteinkaufen gehen.

Die Frau wird sich selten rasch für einen Kauf entschliessen. Sie will sicher sein, nur das gekauft zu haben, was ihr am passendsten und vorteilhaftesten erscheint. Saison-Ausverkäufe, Spezial-Angebote werden auf Frauen immer eine gewisse Anziehungskraft ausüben. Eine Frau kann einen ganzen Nachmittag damit verbringen, um für sich oder ihre Familie irgend etwas zu kaufen. Sie wird oft fünf und mehr Geschäfte besuchen. In der Regel aber wird sie dem Geschäft den Vorzug geben, wo sie am freundlichsten bedient wird. Eine Frau wird mit der Zeit nicht kargen. Dinge, die nicht zum täglichen Bedarf gehören, wird sie kaum in Hast erstehen. Ihr macht das Einkaufen Vergnügen. Wenn sie einkaufen geht, begibt sie sich auf eine Entdeckungsreise. Wenn sie dabei gute Gelegenheiten ausfindig machen kann, wird sie diese mit Freuden auswerten.

Für den Verkäufer, die Verkäuferin ist es wichtig, dieses Vergnügen, diesen Reiz in Kaufstimmung umzuwandeln. Für die Frau wird es die Krönung ihrer Freude sein, gut eingekauft zu haben. Frauen sollte man immer mit besonderer Aufmerksamkeit bedienen. Wenn wir Anteil nehmen an ihren grossen und kleinen Sorgen, an ihren Freuden, wenn wir uns dafür interessieren, womit sie sich beschäftigen, wo sie leben, wie sie leben, wo und wie sie wohnen, wenn wir uns um das Wohl ihrer Kinder kümmern, gewinnen wir ihre Sympathien, ihr Vertrauen. Frauen legen auch eher einmal etwas mehr aus, wenn sie in der Qualität, in der Haltbarkeit einen Vorteil sehen.

Leider gibt es auch heute noch Verkäuferinnen, die gerade ihren Geschlechtsgenossinnen gegenüber einfach versagen. Wenn eine Käuferin nicht gleich weiss, was sie will oder ihren Wünschen nicht gleich Ausdruck verleihen kann, so sieht man ihr, der «vorbildlichen» Verkäuferin, schon an der Miene an, dass ihr die Bedienung dieser «umständlichen» Käuferin gar nicht zusagt. Nachher, wenn sie den Laden ohne etwas zu kaufen verlassen hat, findet man sich mit dem billigen Trost ab: «Die hat gar nicht gewusst, was sie eigentlich wollte.» Natürlich kommt es vor, dass jemand nicht weiss, was er will. Von der Verkäuferin aber erwartet man, dass diese das herausfindet und raten kann.

«Wirtschafts-Dienst»



### Wenn der Zähler streikt

Im Jahre 1921 nahm der Konsumverein Wattwil (St. Gallen) einen Backofen in Betrieb, wofür ihm bis 1933 vom Wasser- und Elektrizitätswerk, nachher von der Dorfkorporation Wattwil der benötigte Strom geliefert wurde. Zu den von der speziell damit beauftragten Installationsfirma X. eingerichteten Sicherungs- und Schaltanlage gehörte auch ein Stromzähler. Nun gab es sich, dass der Zähler im Laufe des Jahres 1946 versagte, weil er unrichtig angeschlossen worden war. Demzufolge hatte er nur die Hälfte des verbrauchten Stromes registriert. Darum reichte die Dorfkorporation Wattwil gegen den Konsumverein Klage auf Nachbezahlung von über Fr. 58 158.— ein, während der Beklagte sowohl die Berechtigung als die Höhe dieser Forderung bestritt. Abweisung der Klage, eventuell Anerkennung eines reduzierten Betrages von Fr. 1896.83 beantragte, da für den grössten Teil des Anspruches Verjährung im Sinne von Artikel 123 des Obligationenrechts vorliege. Das Kantonsgericht von St. Gallen schützte die Klage im herabgesetzten Umfange von Fr. 1896.83 laut Eventualbegehren des Konsumvereins. Das Bundesgericht hat, in Bestätigung dieses Urteils, die Berufung der Dorfkorporation abgewiesen.

Der Beratung konnten wir entnehmen, dass zunächst die Frage zur Diskussion stand, ob es sich bei der im Streite liegenden Forderung um eine öffentlichrechtliche oder eine privatrechtliche handle. Denn die Dorfkorporation als öffentlichrechtliche Körperschaft im Sinne von Artikel 59 des Zivilgesetzbuches, machte geltend, es handle sich um einen Anspruch öffentlichrechtlicher Natur, der deshalb nicht verjähren könne. Zweck der Dorfkorporation ist unter anderem laut Statuten die Förderung des Energieverbrauches und Abgabe von elektrischer Energie an die Gemeindegenossen gegen vereinbarte oder tarifmässig vorgesehene Entschädigung. Als öffentlichrechtliche Anstalt übt sie eine fest abgegrenzte staatliche oder kommunale Verwaltungstätigkeit aus. Entscheidend aber für die Frage, ob das Stromlieferungsverhältnis zwischen den Parteien ein öffentlichrechtliches oder privatrechtliches sei, ist die Art, wie die Bedingungen zwischen Anstalt und Bezüger festgelegt werden. Laut Erhebungen und Feststellungen der Vorinstanz finden nun jedoch Reglemente und Tarife nur insoweit Anwendung, als nicht durch besondere Vereinbarung etwas anderes gelten sollte. Nun hat tatsächlich im Jahre 1937 die Klägerin mit der Beklagten eine von der Norm abweichende, besondere Vereinbarung über den Strompreis getroffen. Das lässt den Schluss zu, dass die Stromlieferungsbedingungen auf privatrechtlicher Grundlage geordnet worden sind.

Der diesbezügliche Vertrag über Lieferung elektrischer Energie ist Werkvertrag, wenn das Werk für einen bestimmten Erfolg einzustehen hat, dagegen ein Kaufvertrag, wenn lediglich Kraft zur Verfügung zu stellen ist. Letzteres trifft zweifellos für das vorliegende Streitobjekt zu. Kaufobjekt war nun nicht der für den Betrieb des Backofens benötigte, effektiv gelieferte Strom, sondern nur die gemessene, durch den Zähler registrierte Menge. Für bezogene, aber nicht registrierte Energie kann daher die Nachforderung nicht aus Vertrag hergeleitet werden, sondern es kommt einzig ein Anspruch aus ungerechtfertigter Bereicherung in Betracht.

Aber auch hiebei kann die Forderung zeitlich nicht unbegrenzt geltend gemacht werden. Eine Beschränkung drängt sich nach den allgemeinen Bestimmungen des Obligationenrechts über die Verjährung auf. Dazu kommt, dass die Reglementierung ebenfalls eine Limitierung vorsieht. Nun gingen die Parteien selbstverständlich von der Voraussetzung aus, dass der Zähler richtig funktioniere, das heisst, genau den bezogenen Strom registriere. Die Reglemente sehen auch für den Fall, dass der Zähler nicht richtig funktioniert, eine Berichtigung der Stromberechnung vor, und logischerweise führt das auch zur Verpflichtung des Abonnenten zur Bezahlung des wirklichen Strombezuges. Aus Zweckmässigkeits- und Billigkeitsgründen aber ist es verständlich, dass die Bereicherung nicht zeitlich unbegrenzt verlangt werden kann. Der Zähler wird vom Werk geliefert, geht er falsch, so ist das ein Umstand, der in erster Linie vom Werk zu vertreten ist. Der Abonnent, der in der Regel nicht in der Lage ist, das unrichtige Funktionieren zu erkennen, soll sich darauf verlassen dürfen, dass die Registrierung zuverlässig sei. Welch grosse Interessen er daran hat, zeigt der vorliegende Prozess. Darnach bemessen aber ist der von der Vorinstanz der Klägerin zugesprochene Betrag bereits höher als der Preis der für das in Frage kommende Jahr 1945 nicht registrierte Strombezug. Eine Reduktion zugunsten des Konsumvereins hingegen kann nicht in Frage kommen, weil der Beklagte die Berufung nicht ergriffen, sich mit dem kantonalen Urteil abgefunden hat. Für ihn war allerdings die Zählermessung wegleitend für die Unkostenberechnung, speziell des Bäckereibetriebes. Nach dem Stand der Unkosten musste er den Preis der Produkte und die üblichen Rückvergütungen berechnen. Bei unlimitierter Berichtigung der Stromberechnung müsste ein uneinbringlicher Verlust eintreten, da der Konsumverein, der grundsätzlich nicht auf Gewinn hin arbeitet, nicht in der Lage wäre, hinterher die nachgeforderten Unkosten aufzubringen. Ähnlich liegen die Verhältnisse bei allen gewerblichen und industriellen Betrieben.

cave.

### Kreisverbände

#### Instruktionskurs für Magaziner und Einkäufer des Kreises VIII in Winterthur und Zürich

Dieser in Verbindung mit O. Bichsel, Chef des Lagerhauses Wülflingen, durchgeführte Instruktionskurs verfolgte den Zweck, nähern Kontakt der Magaziner und Einkäufer mit dem Lagerhaus Wülflingen und der Niederlassung Zürich zu schaffen. Der Kurs hatte einen vollen Erfolg, konnte doch Präsident Geser 52 Teilnehmer begrüßen.

Anhand einer reichhaltigen Warenschau und in einem Rundgang durch die Lagerräume der Niederlassung Wülflingen verstand es O. Bichsel, die Interessenten über die richtige Lagerung verderblicher Lebensmittel aufzuklären und Fehlerquellen aufzuzeigen, die oft zu selbstverschuldeten Reklamationen führen. Anhand praktisch vorgeführter Beispiele, wie Eierdurchleuchtung, Käsebehandlung, Flaschenreinigung, Weinabfüllung, Öl-abfüllung usw., wurde gezeigt, mit welcher peinlichen Sorgfalt und Sauberkeit überall gearbeitet wird. Es wurde aber auch anhand von Retouren gezeigt, wie gedankenlos oft die Vereine mit Pack- und Flaschenmaterial um-



gehen und dadurch die Unkosten und Verluste unnötig steigern. Auch das Bestellwesen und die Spedition an die Vereine wurden einlässlich erörtert. Rechtzeitige Abgabe aller nötigen Bestellungen erleichtern die Bereitstellung für die Autotransporte und erübrigen unnötige Auslagen für Porti und Frachten für Nachsendungen.

Nachdem nun viele neue und ansprechende Packungen der Eigenmarke Co-op geschaffen worden sind, sollten diese in Zukunft in vermehrtem Masse berücksichtigt werden, um unsere Einkaufszentrale zu stärken. Produkte der Konkurrenz sollten so wenig wie möglich gekauft werden, um diese nicht im Kampfe gegen die Selbsthilfegenossenschaften indirekt zu unterstützen.

Das vorgesehene Referat 1 «Die Arbeit des Magaziners und das Bestellwesen in der Konsumgenossenschaft» konnte nicht gehalten werden, wurde aber jedem Kursbesucher schriftlich in die Hand gedrückt mit dem Wunsche, dass dieses zu Hause gründlich studiert und auch befolgt werde. Die Diskussion — zum Teil schon während dem Rundgang — wurde reichlich benützt und hat manche Unklarheit behoben. O. Bichsel und H. Schläpfer sei ihre aufklärende Arbeit auch an dieser Stelle bestens verdankt, ebenso den Frauen und Männern, die ihren Sonntagvormittag geopfert haben, um uns mit der praktischen Lagerarbeit vertraut zu machen.

Nach dem gemeinsamen Mittagessen dislozierte die ganze Gesellschaft nach Zürich, um die *Verteilstelle für Obst und Gemüse* einer eingehenden Besichtigung zu unterziehen. J. Suter und A. Denzler orientierten die Kursbesucher über die Behandlung und Lagerung von Obst und Gemüse aus dem Schatze reicher, langjähriger Erfahrung auf diesem Spezialgebiet. Auch diese Niederlassung zeigt uns, mit welcher Sorgfalt und der neuesten Einrichtung der Kühlagerung das wertvolle Obst, Gemüse usw. gepflegt wird, damit die Genossenschaften nur einwandfreie, frische Ware erhalten. Wertvolle Ratschläge wurden erteilt, wie zu Hause im eigenen Magazin die Weiterpflege zu geschehen hat, um Verluste durch Verderbnis nach Möglichkeit abzuwenden. Durch fortwährende Nachbestellungen von frischer Ware, können die Gewichtsverluste reduziert werden, die bei zu grossen Lagerbeständen unfehlbar eintreten. Je frischer und ansprechender dem Konsumenten Früchte und Gemüse verkauft werden, um so enger wird er sich mit seiner Genossenschaft verbunden fühlen, weil er die Gewissheit bekommt, dass er zu seinem Vorteil bedient wird.

Anschliessend an den zweiteilig durchgeführten Rundgang orientierte J. Suter die Teilnehmer über die Vereinsbedienung, die bis jetzt dreimal wöchentlich durchgeführt wurde. Er betonte, dass sich die Früchte der vom Kreis VIII durchgeführten Kurse für Verkäuferinnen mit spezieller Berücksichtigung des Obst- und Gemüseverkaufes günstig bemerkbar machen. Verschiedene Vereine haben ganz wesentliche Mehrumsätze zu verzeichnen, so dass sich die Frage aufdränge, ob nicht durch die tägliche Belieferung der Vereine der Obst- und Gemüseverkauf noch mehr gefördert werden könnte. Kleinere Lager bei den Vereinen, immer frische Waren, dabei aber weniger Risiko wären die in die Augen springenden Vorteile.

Die Diskussion drehte sich neben kleineren Anfragen speziell um die aufgeworfene Frage, und mehrere grössere Vereine würden diesen weitem Ausbau nur begrüssen. Der Zeiger rückte gegen 5 Uhr, so dass auch das zweite Kurzreferat: «Der Magaziner als Genossen-

schafter» fallen gelassen werden musste, doch konnte auch dieses vervielfältigt jedem ausgehändigt werden und wird sicher so ebenfalls gute Früchte tragen, speziell wenn es von Zeit zu Zeit wieder durchstudiert und beherzigt wird.

O. Bichsel verband seinen Dank für die lehrreiche Führung durch die Niederlassung Zürich mit lobender Anerkennung für das aufmerksame Ausharren bis zum Schluss und gibt der Hoffnung Raum, dass auch dieser Instruktionskurs reiche Früchte tragen werde.

Präsident Geser verdankte den Leitern des Kurses ihre wertvolle Arbeit und hofft, dass dieser Kurs erst der Anfang sein möge in einer zielbewussten Ausbildung unseres Magazinpersonals. We.

## Zentralverwaltung

Wir haben die schmerzliche Mitteilung zu machen von dem nach schwerer Krankheit am 24. Februar 1950 erfolgten Ableben unseres in der Lagerhausabteilung in Pratteln beschäftigten Magaziners, Herrn *Emil Radelfinger*. Herr Radelfinger war seit 13. April 1910 in unseren Diensten und erreichte ein Alter von 57 Jahren.

Wir verlieren in dem Verstorbenen einen stillen und pflichtbewussten Mitarbeiter, dem wir stets ein gutes Andenken bewahren werden.

## Verein schweiz. Konsumvereine

### Lebensmittelsammlung für das Kinderdorf Pestalozzi

Die Mitarbeit unserer Verbandsvereine bei der Durchführung von Veranstaltungen wohltätigen Zweckes während der Kriegsjahre ist noch in aller Erinnerung.

Viele Vereine haben auch seither eine der Aufgaben unserer Bewegung damit dokumentiert, dass sie bei sich bietenden Gelegenheiten zum Gelingen dieser oder jener Aktion beitrugen.

In Verbindung mit dem konsumgenossenschaftlichen Frauenbund hat der Verband schweiz. Konsumvereine die Initiative ergriffen,

am 4. März 1950

eine *Lebensmittelsammlung* für das Kinderdorf in Trogen durchzuführen.

Es handelt sich hier um die Unterstützung einer Institution, welche kaum einer weiteren Begründung bedarf; gilt es doch, den kleinen Bewohnern des Pestalozzidorfes, die in unserem Lande gesundheitliche und moralische Stärkung finden sollen, unsere volle Sympathie zu erweisen. Es steht deshalb der Genossenschaftsbewegung der Schweiz ganz besonders an, dieser Lebensmittelsammlung zu einem vollen Erfolg zu verhelfen.

Wir möchten unseren Kollegen warm empfehlen, zum guten Gelingen der Aktion beizutragen.

Mit kollegialem Gruss

Verein schweiz. Konsumverwalter  
Der Präsident: M. Sax



# Revisoren- und Verwaltertagung

Sonntag, den 12. März 1950, vormittags 10 Uhr, im Gasthaus zur «Sonne» in Wallenstadt.

Referate von

Herrn Bleile, Revisor V.S.K.: «Die Prüfungspflicht der gesetzlichen Kontrollstelle, praktische Anleitung»;

Herrn Peter Seiler, Chef der Buchhaltung des V.S.K.: «Betriebsvergleiche».

Diskussion.

Schluss der Tagung ca. 14.30 Uhr. Das gemeinsame Mittagessen geht zu Lasten der Kreiskasse. Unfehlbare Anmeldung der Teilnehmer bis zum 10. März 1950 an den Lebensmittelverein Wallenstadt.

Der Kreisvorstand.

## Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien

### Einladung zur ordentlichen Jahresversammlung

auf Dienstag, den 14. März 1950, 10.00 Uhr, im Unions-Saal des Volkshauses in Bern, Zeughausstrasse 9.

#### TRAKTANDEN:

1. Mitteilungen.
2. Begehren der Eidgenössischen Steuerverwaltung um freiwillige Eintragung der Konsumvereinsbäckereien als Grossisten. Referent: P. Seiler, Chefbuchhalter des V.S.K.
3. Brotpropagandaaktion pro 1950.
4. Orientierung über aktuelle Bäckereifragen, Brotpreis usw.
5. Bonifikationsfragen betr. Margarinebezüge via V.S.K.
6. Jahresbericht und Jahresrechnung pro 1949.
7. Wahlen:
  - a) des Vorstandes;
  - b) der Rechnungsrevisoren.
8. Jahresbeiträge pro 1950 (evtl. Schaffung eines Propagandafonds).
9. Allfälliges.

Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien der Schweiz:

Der Präsident: E. Zulauf

Der Sekretär: E. Gaschen

### WO ISST MAN GUT IN BASEL?



## Nachfrage

Grössere Genossenschaft sucht initiativen **Verwalter** mit gründlicher Ausbildung und praktischen Erfahrungen auch in Spezialbetrieben (Manufaktur-, Haushaltartikel, Schuhwaren) und Ladenkontrolle. Offerten unter Chiffre B. E. 50 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

**Junge Verkäuferinnen**, die ihre Lehre im April beenden und sich in der deutschen Sprache verbessern wollen, könnten im April oder Mai Stellung finden. Interessante Bedingungen. Offerten mit Zeugniskopien und Referenzen an Société coopérative de consommation du Sentier et environs, Le Sentier (Vaud).

Wir suchen tüchtige **Depothalterin** für Landfiliale mit 120 000 Franken Umsatz. Gut ausgewiesene Bewerberinnen mit Kenntnissen in der Lebensmittel-, Manufakturwaren-, Haushalt- und Schuhbranche wollen ihre handschriftlichen Offerten mit Gehaltsansprüchen, Zeugniskopien und Photo einsenden an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Aarberg und Umgebung in Aarberg.

## Angebot

Initiatives, **tüchtiges Paar** sucht auf Frühjahr oder nach Vereinbarung eine grössere existenzbietende Filiale zu übernehmen. Sie ist erfahrene, diplomierte Lebensmittelverkäuferin, er durch Abendkurse auf diesen Beruf vorbereitet. Kautio kann geleistet werden. Offerten unter Chiffre G. S. 42 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

**Junges, tüchtiges Ehepaar** sucht Depothalterstelle. Gute Kenntnisse in der Lebensmittelbranche vorhanden. Frau ist gegenwärtig in ungekündeter Stellung als Filialeiterin tätig. Offerten unter Chiffre S. S. 49 an die Kanzlei V. S. K., Basel 2.

**Junger, selbständiger Bäcker-Konditor** sucht Stelle in Konsumvereinsbäckerei. Ostschweiz bevorzugt. Offerten unter Chiffre O. R. 51 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

## INHALT:

Seite

Weiterer Aufschwung der Patenschaft Co-op im Jahre 1949	129
Samstag, 4. März, Lebensmittelsammlung zugunsten des Kinderdorfs Pestalozzi in Trogen	129
50 Jahre ACV-Schlächtereier	132
Aus der Praxis eines Lebensmittelchemikers	133
Wir Co-optimisten	135
Die Jugend ist unsere Zukunft	136
Merseburgs fliegende Verkaufsstelle	137
Fahrbarer Feinkostladen	137
Aus dem schweizerischen Kopfrechenbuch	138
Die europäische Käseproduktion	138
Die Weltproduktion von Schweinen stieg bedeutend im Jahre 1949	139
Vor dem Ladentisch	139
Mitarbeiter sprechen sich aus	140
Bedienen Sie lieber einen Mann oder eine Frau?	141
Wenn der Zähler streikt	142
Instruktionskurs für Magaziner und Einkäufer des Kreises VIII in Winterthur und Zürich	142
Zentralverwaltung	143
Verein schweiz. Konsumvereine: Lebensmittelsammlung für das Kinderdorf Pestalozzi	143
Kreis IXa: Revisoren- und Verwaltertagung	144
Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien: Einladung zur ordentlichen Jahresversammlung	144
Arbeitsmarkt	144